

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2014 hingga 2018 nilai produk domestik bruto naik 300 triliun, dapat dikatakan tahun 2018 ini kontribusi ekonomi kreatif mencapai 1.105 triliun (Rian Ernest). Pada tahun 2014, ekonomi kreatif diperkirakan telah berkontribusi sebesar 7,1% terhadap PDB nasional, menyediakan 12 juta tenaga kerja, dan memberikan kontribusi perolehan devisa negara sebesar 5,8%. Lima tahun ke depan, sektor ini ditargetkan memiliki kontribusi terhadap PDB nasional mencapai 12%, 13 juta tenaga kerja, dan kontribusi ekspor mencapai 10% (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia). Konsep ekonomi kreatif ini pelaksanaannya didukung oleh industri kreatif. “Salah satu hal yang harus diperhatikan oleh kota adalah kenyataan bahwa talenta menguatkan ekonomi, sedangkan diservitas dan kebutuhan menarik talenta untuk datang” (Florida, 2005:139).

Joko Widodo menganggapi revolusi industri 4.0 “Saya meyakini, setelah tadi melihat *Creative Industry, Digital Economy* yang ada di Bandung, saya ingin mengatakan bahwa *Creative Hub* Indonesia yang paling siap adalah kota Bandung”. Tanggapan tersebut dikemukakan setelah beliau bertemu komunitas kreatif di Indonesia “*Creative Cities Network*” di Bandung Pada tanggal 10 November 2018. Tanggapan tersebut diperkuat dengan diakuainya Bandung sebagai City Of Design oleh Creative Cities Network yang dibentuk oleh UNESCO. Terkait dengan hal ini, Bandung sendiri dapat dikatakan sebagai kota “*maker*” dimana banyak produk yang dibuat di kota ini. Hal tersebut menegaskan bahwasannya penduduk Bandung dari segala lapisan masyarakat mendukung kegiatan produksi.

Pada tahun 2015 Bandung telah memiliki Creative Hub, yaitu Bandung Creative Hub yang dikelola oleh pemerintah. Di dalamnya terdapat beberapa fasilitas yang meliputi Co-Working Space, Library room, Exhibition room, Auditorium room, Store Design, 3D Printing room, Photography room, Kozi Coffee Shop, Dance Studio Room, Animation Studio, Fashion Studio. Dari fasilitas-fasilitas tersebut banyak ruang yang tidak berjalan secara optimal. Berdasarkan hasil survey mengenai Bandung Creative Hub, menjelaskan bahwasannya BCH ini belum memenuhi esensi dari Hubs. Kegiatan kreatif didalamnya pun masih tidak se-Massive yang diharapkan, malahan banyak komunitas yang memilih Hubs lain sebagai ruang untuk menggelar sekaligus mensukseskan acaranya. “Ketidakjelasan serupa menghantui sebuah lembaga kreatif bentukan Pemkot. Pada 2015, Ridwan Kamil meluncurkan proyek

Bandung Creative Hub (BCH). Infrastruktur yang kabarnya bernilai Rp40 miliar ini dilengkapi studio musik, bengkel kerja fesyen, serta ruang ekshibisi. Kang Emil, sapaan Ridwan Kamil, merancang BCH sebagai wadah bagi komunitas kreatif untuk “berproses.” Kini, setelah dua tahun, justru BCH yang terlihat masih “berproses.” Bangunan ini sempat terbengkalai. Pemkot kemudian menggelar pesta peresmian BCH pada 28 Desember 2017 dengan harapan bisa merevitalisasinya, tapi panggang masih jauh dari api. Hingga Februari 2018, ruang kreatif ini masih kering kreativitas. Kegiatannya minim. Banyak stafnya malas-malasan. Ketika ada seorang tamu menanyakan izin pemakaian ruang musik, petugas cuma berkata “ruangan belum siap.” Sebagai Kota Kreatif, Bandung memang diwajibkan menelurkan banyak program. Tapi mungkin karena niatnya semata memenuhi syarat kuota, eksekusinya kadang terlihat setengah hati.” *Destin Asian Indonesia (Dipublikasikan perdana di majalah DestinAsian Indonesia edisi April/Juni 2018 (“Bandung Bangun”)).*

Tahun depan, beban pengembangan industri kreatif sepertinya akan berpindah sepenuhnya ke pundak swasta. Bukan karena tuntutan idealisme, melainkan keterpaksaan. Kang Emil akan mengakhiri masa jabatannya pada 2018, sementara tak seorang pun calon penggantinya mengusung program ekonomi kreatif. Menyadari hal itu, BCCF pun mulai memasang kuda-kuda. “Kita mesti siap jadi *counterpart* pemerintah,” ujar Dwinita, ketua baru BCCF. “untuk memastikan Bandung maju, bukan mundur ke masa Orde Baru.” *Destin Asian Indonesia (Dipublikasikan perdana di majalah Destin Asian Indonesia edisi April/Juni 2018 (“Bandung Bangun”)).*

Bedasarkan *Enabling Space: Mapping Creative Hubs in Indonesia*, terdapat 3 jenis Hubs, yaitu Makerspace, Co-Working dan Creative Space. Dari tiga macam jenis tersebut harus memenuhi esensi yang ditawarkan, sebagaimana pengertiannya mengenai Creative Hubs adalah ruang dimana kegiatan kreatif ditampung dan didalamnya memiliki sarana untuk mengembangkan inovasi, ide, softskill, dan hardskill yang dicapai melalui kegiatan kolaborasi. Dengan tujuan sebagai wadah dimana pelaku kreatif dapat berkumpul kemudian berkolaborasi untuk keinginan yang akan dicapai sekaligus tempat titik kumpul kelompok maupun individual dan sebagai fasilitas bagi kelompok maupun perorangan yang ingin melakukan kolaborasi, serta menambah relasi.

Fasilitas yang dihadirkan BCH tidak seluruhnya berjalan secara optimal karena cakupan yang diambil terlalu luas dan belum memenuhi ketertarikan dari pengguna yang lebih spesifik. Setelah penulis melakukan survey melalui kuisisioner yang disebarakan dengan lingkup kota Bandung yang notabene responden dari kuisisioner tersebut adalah pelaku kreatif dengan umur berkisar remaja fase akhir dapat disimpulkan bahwa, fasilitas yang sebenarnya diperlukan

dan dioptimalkan adalah Co-Working Space dengan tipe open co-working (untuk memassivekan kolaborasi), Creative Space (ruang Alternative), Makerspace (woodworking dan textile&leather) dengan additional space Coffee shop dan Mini library collective.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari hasil observasi preseden sejenis yang telah dilakukan dan hasil analisa denah eksisting, dapat diidentifikasi beberapa fenomena dan masalah yang dapat diangkat dalam Perancangan Interior Creative Hubs di Bandung beberapa masalah tersebut adalah :

1. Berkembangnya ekonomi kreatif yang didukung oleh pelaku terkait namun belum adanya ruang atau wadah penyalur sekaligus mendukung kegiatan kreatif sesuai dengan kebutuhan urgensi dari pengguna
2. Fasilitas yang belum menunjang kebutuhan pengguna dalam bidang pengembangan Inovasi, ide, softskill dan hardskill secara optimal
3. Treatment ruang dalam proses programming yang belum sesuai dan memenuhi kebutuhan kolaborasi

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah dari Perancangan Interior Creative Hubs di Bandung adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana membuat ruang sebagai wadah yang mampu mendukung perkembangan ekonomi kreatif berdasarkan urgensi dari pelaku kreatif yang dibutuhkan ?
2. Fasilitas apa saja yang dapat menunjang kebutuhan pengguna sebagai media pengembangan inovasi, ide, softskill dan hardskill secara optimal ?
3. Bagaimana cara pengaplikasian treatment ruang pada programming dengan sesuai dan memenuhi kebutuhan kolaborasi ?

## **1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan**

Adapun tujuan perancangan ini yaitu untuk menciptakan rancangan lingkungan fisik yang dapat mempengaruhi pilihan, harapan, kepuasan yang sesuai dengan standar untuk memenuhi keefektifan dari konsumen.

Sasaran dari perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan ruangan sebagai wadah yang mampu mendukung perkembangan ekonomi kreatif berdasarkan urgensi dari pelaku kreatif yang dibutuhkan.
2. Memberikan fasilitas berupa ruangan-ruangan yang menampung dan mewedahi kebutuhan pengguna berdasarkan hasil survey berupa kuesioner dengan memassivekan kegiatan pengembangan inovasi, ide, softskill dan hardskill secara optimal
3. Menciptakan treatment ruang untuk desain interiornya berdasarkan proses programming dengan sesuai dan memenuhi kebutuhan dari kagiatan kolaborasi

### **1.5 Batasan Perancangan**

1. Perancangan Interior Creative Hubs di Bandung merupakan perancangan baru yang bersifat fiktif dan diasumsikan sebagai proyek milik swasta. Pada perencanaannya akan dirancang menggunakan metode pendekatan perilaku dan fenomena berkembangnya eknomi kreatif.
2. Merancang bangunan dengan luas Bangunan +- 4.500 m<sup>2</sup> yang terdiri dari 3 lantai dengan denah fiktif yang berlokasi di Jl.Laswi No.5, Kacapiring, Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40271.
3. Area perancangan yang akan didesain berdasarkan fasilitas yang akan disediakan, meliputi Mini Library Collective, Co-Working Area, Coffee Shop, Alternative Space dan Makerspace. Pembagian presentase luasan pada ruang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.

### **1.6 Metode Perancangan**

Metode perancangan yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

#### **1.6.1 Penentuan Objek**

Penentuan objek berdasarkan kepada fenomena dan isu yang terjadi di lingkungan masyarakat. Melalui fenomena dan isu akan menjadi latar belakang penentuan objek. Dari objek yang dipilih maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang akan menghasilkan rumusan permasalahan, batasan perancangan yang akan didesain, tujuan dari perancangan dan sasaran perancangan.

#### **1.6.2 Pengumpulan Data**

Terbagi atas dua kelompok, yaitu:

- a. Data Primer

Data Primer didapat dari hasil observasi, wawancara dan menganalisa kebutuhan pengguna ruang dan hasil analisa dari studi preseden yang diambil. Studi preseden yang dipilih yaitu The Parlor, Kineruku, Bandung Creative Hub, Co-working space Koridor Surabaya, Sapsial, Lo.Ka.Si, dan beberapa coffee shop yang berlokasi di Bandung.

b. Data Sekunder

Data Sekunder diperoleh dengan melakukan pengumpulan literatur mengenai standarisasi fasilitas yang terdapat di perancangan, jurnal, YouTube, dan website.

### **1.6.3 Analisa Data**

Berupa penggabungan dari Data Primer dan Data Skunder sebagai jalan untuk mendapat pemecahan dari masalah perancangan. Hasil dari Analisa Data berupa data fisik yang merumuskan kebutuhan ruang, fasilitas yang diimplementasikan, hubungan antar ruang, dan penzanaan ruang sekaligus blocking ruang.

### **1.6.4 Menentukan Tema dan Konsep**

Tema dan Konsep merupakan jawaban atau pemecahan dari permasalahan yang ditemukan. Melalui pemilihan tema dan konsep akan menjadi acuan dalam perancangan untuk menggambarkan susana dan bentuk ruang yang akan dirancang.

### **1.6.5 Proses Implementasi Desain**

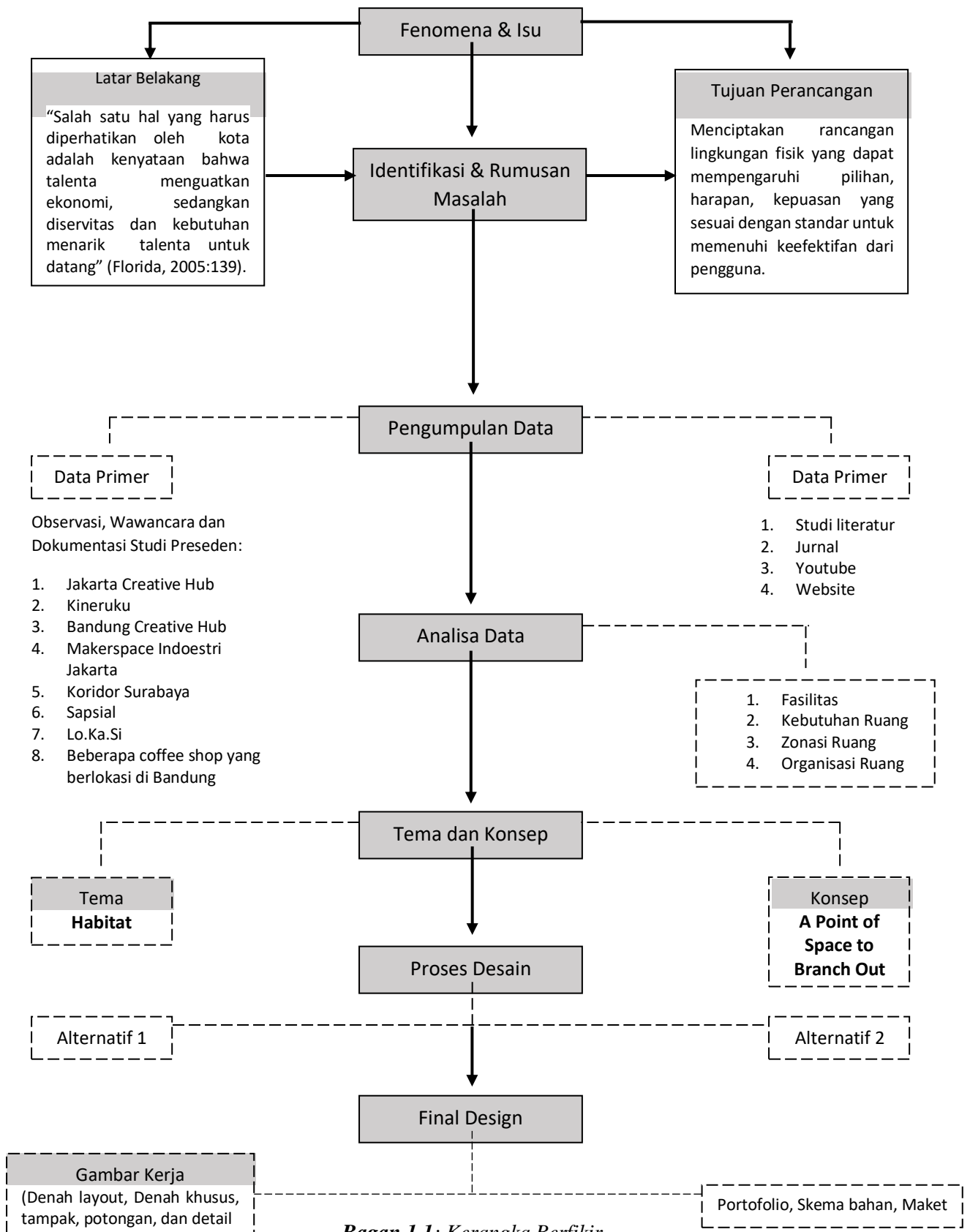
Menerapkan Tema dan Kosep yang telah dirumuskan kedalam perancangan dalam bentuk 2D dan 3D yang terdiri dari beberapa Alternatif. Bertujuan untuk memperlihatkan kekurangan dan kelebihan dari masing-masing desain agar memperoleh hasil desain yang layak direalisasikan.

### **1.6.6 Hasil Akhir Perancangan**

*Output* dari tahap-tahap perancangan berupa gambar kerja, maket (dengan skala tertentu) yang merupakan 3D visual dari

perancangan, skema bahan berupa material asli sebagai contoh material yang akan diaplikasikan.

## 1.7 Kerangka Berfikir



**Bagan 1.1:** Kerangka Berfikir

(sumber: data pribadi)

## **1.8 Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan pada proposal Perancangan baru Interior Gelanggang Remaja Bandung antara lain sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Menjelaskan tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan sasaran perancangan, batasan masalah, metodologi perancangan, sistematika pembahasan dan kerangka berfikir.

### **BAB II KAJIAN LITERATUR DAN DATA PERANCANGAN**

Berisi teori yang berkaitan dengan fasilitas yang ada didalam perancangan mengenai standarisasi, kasjian literatur mengenai pendekatan yang dipakai sebagai metode perancangan, analisa isu dan fenomena, dan analisa data proyek.

### **BAB III KONSEP PERANCANGAN DESAIN INTERIOR**

Berisikan uraian-uraian tema perancangan, konsep perancangan, organisasi ruang, layout, konsep bentuk, konsep warna, konsep pencahayaan, konsep material, konsep penghawaan, konsep furnitur, konsep pencahayaan, dan konsep keamanan sekaligus pengaplikasiannya pada perancangan interior Gelanggang Remaja Bandung.

### **BAB IV KONSEP PERANCANGAN VISUAL DENAH KHUSUS**

Berisi uraian-uraian mengenai pemilihan denah khusus, konsep tata ruang, persyaratan teknis ruang dan elemen interior.

### **BAB V KESIMPULAN**

Merupakan bagian akhir dari penulisan laporan yang berisi kesimpulan akhir dari perancangan dan saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**